

Helsingin yliopisto - Helsingfors universitet - University of Helsinki ID 2003-2375

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Institutionen för kommunikationslära	
Tekijä-Författare-Author Svartström, Anna			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Vem bryr sig om konsumenten? En enkätundersökning av konsumentjournalistik i finländska dagstidningar med kompletterande innehållsanalys			
Oppiaine-Läroämne-Subject Kommunikationslära			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2003-10-13	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 142
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Finländarna har levt i ett masskonsumtionssamhälle i omkring ett halvt sekel. En framträdande roll som människan har i dag är rollen som konsument, om man så finner det önskvärt eller inte.</p> <p>Konsumentjournalistiken riktar sig till – konsumenterna. Enligt idealet behandlar den frågor ur deras synvinkel. Konsumenterna skall ha nytta av konsumentjournalistiken, den är kritisk och skall fungera balanserande i ett samhälle där producentmakten enligt denna tolkning blir allt starkare. I kritiken mot konsumentjournalistiken kommer det fram att den ofta närmar sig textreklam och sällan tar upp de problem som konsumtionssamhället leder till. Ytterligare en svaghet kan vara att konsumentjournalistiken vänder sig till en mediepublik i privatsfären. Det finns en risk för att det sker på bekostnad av människans viktiga medborgarroll, som bland annat utövas av väljare vid val.</p> <p>Syftet med min avhandling pro gradu var att ta reda på hur de finländska dagstidningarna uppfattar sin roll som konsumentupplysare. Den empiriska tyngdpunkten låg vid en enkätundersökning som med både kvalitativa och kvantitativa frågor undersökte bland annat konsumentjournalistikens omfattning, ämnen och kvalitet. Samtliga dagstidningar i Finland vid tidpunkten för enkäten, 56 stycken, utgjorde mitt urval. Genom en innehållsanalys analyserade jag om materialet på konsumentsidor i fem dagstidningar uppfyllde uppställda definitioner på konsumentjournalistik. Jag jämförde enkätundersökningens resultat med innehållsanalysens slutsatser.</p> <p>Alla tidningar som svarade på enkäten - svarsprocenten var 42 - uppgav sig behandla konsumentfrågor. Gällande regelbundenhet och resurser var variationen ändå större och ämnesområdet var brett. Slutsatsen var att många tidningar ansåg sig ha en funktion som konsumentupplysare. Alla gånger uppfyllde artiklarna ändå inte de vetenskapliga definitionerna av konsumentjournalistik.</p> <p>Det centrala resultatet av innehållsanalysen var att en tredjedel av texterna inte uppfyllde det mest grundläggande i definitionerna av konsumentjournalistik. I innehållsanalysen framträdde en viss diskrepans till enkätundersökningen. I enkätundersökningen sade sig tidningarna betona jämförelser av varor och tjänster, men det återspeglade sig inte på konsumentsidorna. Tidningarnas mål att konsumentjournalistiken skall tjäna läsarna uppfylldes inte heller fullt ut.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords journalistik - konsument dagstidningar konsumtion konsumentskydd konsumentpolitik			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			